

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di PRESTCO Café Mojokerto

Aizulkha Isna Rahma¹

Program Studi Pendidikan Ekonomi, STKIP PGRI Jombang

Aizulkhaisnarahma27@gmail.com

Ninik Sudarwati²

Program Studi Pendidikan Ekonomi, STKIP PGRI Jombang

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Prestco Café Mojokerto. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April sampai bulan Juni 2022. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan variabel bebas kualitas produk dan harga, serta variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di Prestco Cafe. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* didapatkan 100 sampel. Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa (1) Ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Prestco Café Mojokerto, (2) Ada pengaruh positif dan signifikan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Prestco Café Mojokerto, (3) Ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Prestco Café Mojokerto. Variabel kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh sebesar. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program *software IBM SPSS Statistic 26*.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

Pendahuluan

Pandemi COVID-19 sudah membawa dampak negatif terhadap bermacam pelaku usaha terutama usaha UMKM. UMKM sulit bertahan di masa pandemi. Teknologi yang susah diakses serta uraian yang kurang tentang strategi bertahan dalam bisnis membuat UMKM susah bertahan di masa pandemi. Di awal tahun 2021 tingkat kunjungan masyarakat pada sektor kuliner masih menunjukkan adanya peningkatan. Riset mandiri institute menunjukkan hasil angka kunjungan sektor kuliner cenderung stagnan jika dibandingkan pada tahun 2020, dimana PSBB di adakan. Maka di awal tahun 2021 tercatat lebih relatif lebih tinggi. Pada bulan februari tahun 2021 mencapai angka 64% dari periode yang normalnya lebih rendah apabila dibandingkan pada akhir 2020 yang

mencapai angka 74%, hal ini menunjukkan relatif lebih landai sejak bulan November di tahun 2020. (bisnis.com). Tren minum kopi di Indonesia sudah menjadi gaya hidup. Kondisi ini ditandai dengan menjamurnya warung-warung kopi atau coffee shop. Coffee shop adalah tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi dan minuman non alkohol lainnya dalam suasana santai, tempat nyaman, dan dilengkapi alunan musik, baik lewat pemutar atau pun live music, menyediakan televisi dan bacaan, desain interior khas, pelayanan yang ramah, dan beberapa di antaranya menyediakan koneksi internet nirkabel (Herlyana, 2012). Budaya minum kopi orang Indonesia yang sebenarnya sudah berlangsung lama, merupakan peluang untuk Indonesia mengembangkan komoditi ini secara menyeluruh mulai dari peningkatan

produktivitas sampai penanganan pascapanen.

Masyarakat kota Mojokerto adalah masyarakat yang konsumtif dan semakin berkembang dalam tahun-tahun terakhir, di mana tingkat permintaan terhadap barang konsumsi semakin tinggi. Hal ini dapat dirasakan semakin menjamurnya tempat-tempat nongkrong seperti cafe, baik yang berskala kecil, menengah dan besar hingga ke pelosok kota. Kondisi ini juga semakin dirasakan dengan semakin meningkatnya pertumbuhan penduduk kota Mojokerto hingga saat ini. Mereka cenderung lebih memiliki kesibukan dan mobilitas yang tinggi dan lebih sering menghabiskan waktu diluar rumah. Karena alasan kepraktisan dan kenyamanan biasanya lebih memilih mengunjungi tempat-tempat makan untuk berkumpul bersama keluarga dan teman, bertemu klien, atau hanya sekedar untuk bersantai ditengah kesibukan mereka. Café merupakan salah satu tempat yang banyak dipilih. Café dinilai tidak hanya menawarkan makanan dan minuman saja, tetapi juga menawarkan fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjungnya. Tidak heran bila pengunjung café bisa menghabiskan waktu berjam-jam berada disana. Selain terlibat perbincangan santai, sebagian pengunjung juga menggunakan café sebagai tempat menyelesaikan tugas atau pekerjaan. Konsumen tentu menginginkan kualitas yang terbaik dari produk yang mereka beli. Dalam bisnis kuliner hal yang menjadi perhatian utama konsumen adalah cita rasa, kebersihan makanan serta cara penyajiannya. Konsumen biasanya tertarik dengan makanan yang selain rasanya enak, juga memiliki tata penyajian yang menarik. Hal ini berkaitan dengan kemajuan jaman dan teknologi, dimana sebagian besar konsumen pada era ini kerap kali mengabadikan foto makanan atau minuman yang mereka beli dan mempostingnya di media sosial. Selain itu, konsumen juga cenderung lebih sering

membagikan pengalaman mereka ke media sosial, baik itu berupa pujian atau kekecewaan. Hal ini akan mempengaruhi citra perusahaan bila tidak benar-benar memperhatikan kualitas produk, karena akan mempengaruhi masyarakat untuk melakukan pembelian. Menurut Kotler & Armstrong (2007) kualitas produk yang merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka waktu yang panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Pada suatu proses pembelian, biasanya seseorang mempertimbangkan lebih dahulu tentang produk apa yang akan dibelinya, apa manfaatnya, apa kelebihanannya dari produk merek lain, sehingga konsumen mempunyai keyakinan untuk mengambil keputusan pembelian. Dalam keputusan pembelian, konsumen biasanya memilih dari berbagai macam alternatif pilihan produk dengan jenis yang sama serta dengan berbagai pertimbangan kebutuhan itu sendiri. Beberapa pertimbangan seseorang membeli suatu produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis dimana untuk mencapai keputusan pembelian adalah dilakukannya tahap-tahap proses keputusan pembelian yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian (Kotler dan Armstrong, 2012:152).

Selain itu Prestco Café menerapkan konsep pemasaran salah satunya mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan

salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing. Pengambilan keputusan pembeli dipengaruhi kemampuan perusahaan menarik pembeli, dan selain itu juga dipengaruhi faktor-faktor diluar perusahaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di PRESTCO Café Mojokerto”.

Kajian Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Menurut Munawaroh (2013), Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian. Maka dari itu peneliti mengemukakan hipotesis dari permasalahan penelitian hipotesis yang peneliti ajukan adalah sebagai berikut :

H1 : Ada Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Prestco Café.

H2 : Ada Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Prestco Café.

H3 : Ada Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Prestco Café.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode deskriptif. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian di PRESTCO Café Mojokerto. Subjek penelitian ini adalah konsumen PRESTCO

Café Mojokerto. Metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi, angket, dan dokumentasi. Instrumen penelitian menggunakan angket. Pendistribusian angket uji coba dilakukan secara langsung dengan menyebarkan angket secara langsung di PRESTCO Café.

Hasil dan Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Prestco Café Mojokerto. Pengaruh signifikan tersebut dapat dilihat dari uji t, dimana perolehan nilai t sebesar 3,299 dengan nilai signifikansinya sebesar $0,01 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis penelitian diterima yang menyatakan ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Prestco Café Mojokerto.

2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Prestco Café Mojokerto.. Pengaruh signifikan tersebut dapat dilihat dari uji t, dimana perolehan nilai t sebesar 2.889 dengan nilai signifikansinya sebesar $0,005 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis penelitian diterima yang menyatakan ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Prestco Café Mojokerto.

3. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji F diperoleh F hitung sebesar 12,092 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan

antara kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen. Besar sumbangan simultan yang ditunjukkan oleh koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,183. Sehingga persentase sumbangan pengaruh variabel bebas (kualitas produk dan harga) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) adalah 18,3% dan sisanya 81,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Simpulan

Setelah penulis melakukan penelitian dan analisis mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Prestco Café Mojokerto, seperti yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Konsumen di Prestco Café Mojokerto.
2. Variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Konsumen di Prestco Café Mojokerto.
3. Variabel Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Konsumen di Prestco Café Mojokerto.

Referensi

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Kotler & Armstrong dalam Setyaningrum dkk. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: CV. AndiOffset

Herlyana, Elly. 2012. *Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda*. Program Studi Sejarah dan Kebudayaan Islam. Fakultas Adab dan Ilmu Budaya. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta Vol. 13, No. 1 (<http://ejournal.uinsuka.ac.id/adab/thaqafiyat/article/view/43/42>)

Kotler dan Armstrong yang dibahasakan oleh T.Hermaya. (2012:347) *Pengaruh Green Product Terhadap Keputusan Pembelian*.

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20210319/9/1370022/survei-bi-875-persen-umkm-indonesia-terdampak-pandemi-covid-19> (bisnis.com)

Munawaroh, Mujiati. (2013) *Manajemen Operasi*. Yogyakarta. LP3M UMY.